



**Gutachterliche Stellungnahme  
Kommunales Einzelhandelskonzept  
der Stadt Neubrandenburg**

**Nahversorgung D-Zentrum Burgholzstraße  
Erweiterung der Ladenfläche**

im Auftrag von

Matherm Wollwarenfabrik und Handelsges. mbH

Wiesenstr. 18

36269 Philippsthal

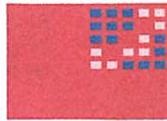
**26.Oktober 2016**

MARKT UND STANDORT BERATUNGSGESELLSCHAFT MBH

Hugenottenplatz 1, 91054 Erlangen  
Tel. (09131) 973 769-0, FAX. (09131) 973 769-70  
Mail: [Norbert.Lingen@marktundstandort.de](mailto:Norbert.Lingen@marktundstandort.de)

vormals

**icon**  
Regio



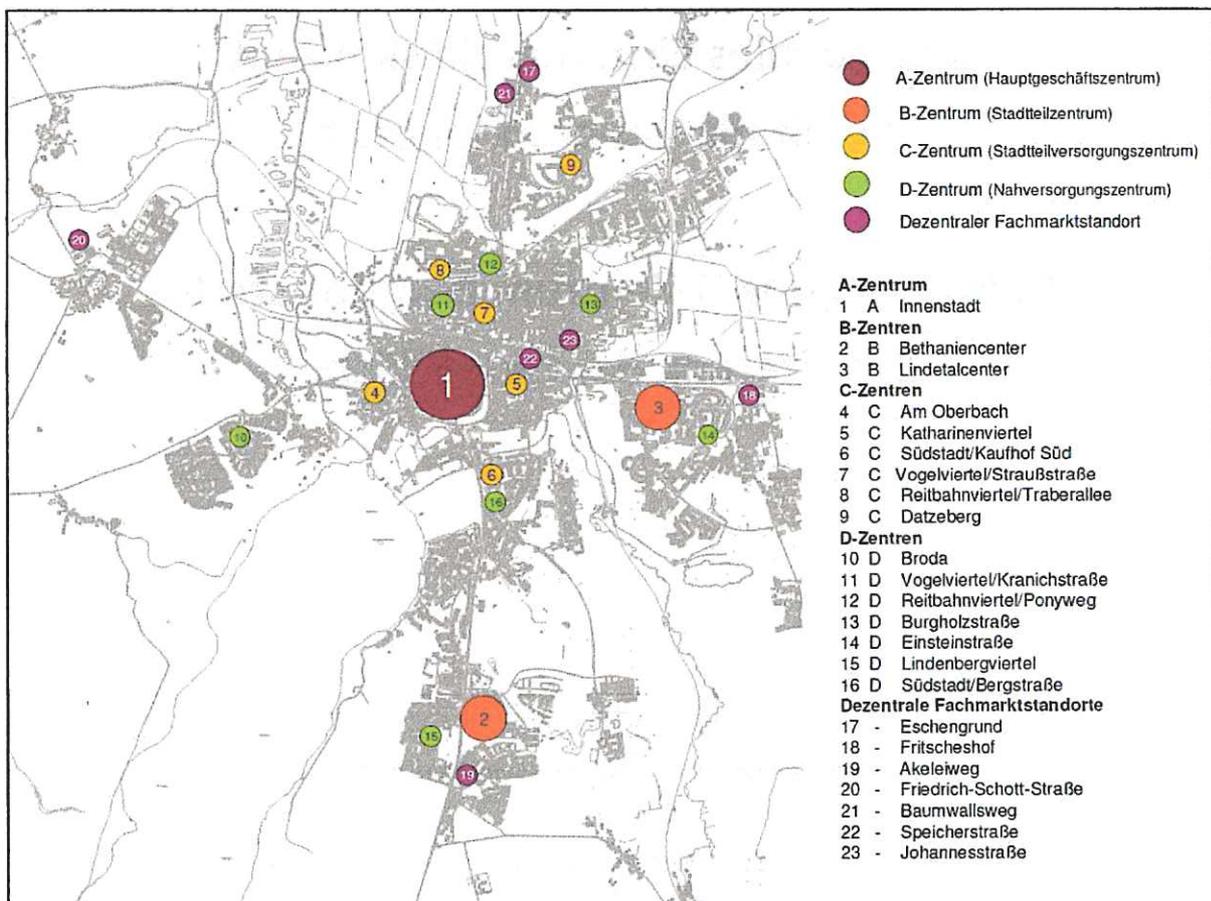
## 1 Aufgabenstellung

Inhalt der vorliegenden Studie ist die Prüfung der geplanten Verkaufsflächenerweiterung im Bestandsobjekt Burgholzstraße. Dabei wird besonderes Augenmerk auf die städtebaulichen Auswirkungen der zusätzlich geplanten Verkaufsflächen hinsichtlich deren Wirkung auf die umliegenden Versorgungszentren gelegt. Grundlage für die gutachterliche Stellungnahme sind unter anderem der Untersuchungsbericht zum Zentrenkonzept der Stadt Neubrandenburg vom April 2009<sup>1</sup> sowie aktuelle Erhebungen vor Ort in Neubrandenburg.

## 2 Grundlagen (Zentrenkonzept)

Grundlage der Untersuchung sind zum einen umfassende und vollständige, qualitative Erhebungen der maßgeblichen Anbieter im Stadtgebiet Neubrandenburg sowie die detaillierte Begehung des D-Zentrums Burgholzstraße (Karte Nr. 13). Weitere Zentren sind durch die geplante Erweiterung nicht betroffen.

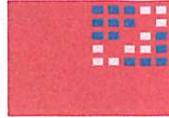
Abbildung 1 Zentrenkonzept der Stadt Neubrandenburg



Quelle: Markt und Standort, Kommunales Einzelhandelskonzept für die Stadt Neubrandenburg unter besonderer Berücksichtigung der wohnungsnahen Versorgung in den Stadtteilen, April 2009

Die Lage des Projektstandortes zeigt gleichzeitig auch die Verflechtungen an. Betroffen wäre vor allem das benachbart liegende D-Zentrum Burgholzstraße (Nr. 13). Die Zentren Nr.5 C-Zentrum Katharinenviertel sowie Nr.3 B-Zentrum Lindetalcenter sind aufgrund der geringen bestehenden und geplanten Verkaufsfläche nicht mehr betroffen.

<sup>1</sup> Kommunales Einzelhandelskonzept für die Stadt Neubrandenburg unter besonderer Berücksichtigung der wohnungsnahen Versorgung in den Stadtteilen, Markt und Standort Beratungsgesellschaft, Erlangen, April 2009



## 2.1 Zentrenbegriff (aus dem Zentrenkonzept von 2009)

Der Einzelhandel ist ein Baustein der räumlich-funktionalen Ordnung des Stadtgebietes. Eine Gliederung der Stadt in Teilräume ist aufgrund der Größe Neubrandenburgs unverzichtbar. Jeder Teilraum stellt für sich einen multifunktionalen Teilraum dar, in dem die Funktionen Wohnen, sich versorgen, sich bilden, Verkehr, Kommunikation und Erholung erfüllt werden müssen.

Dabei sind Zentren entstanden, die sich gegenseitig ergänzen und in einem abgestuften System von Versorgungsschwerpunkten mit jeweiligen, sich aber auch überschneidenden Einzugsbereichen münden. Je stärker das Zentrum, desto mehr Aufgaben muss es neben der reinen Nahversorgungsfunktion erfüllen.

Die Abgrenzung der Zentren fand nach den tatsächlich bestehenden Funktionen (vgl. Tabelle 7, Versorgungsmerkmale der Zentren – Einzelhandelskonzept) zum einen, dem qualitativen und quantitativen Angebot an Einzelhandelsverkaufsflächen betrachtet nach Bedarfshäufigkeit (kurz-, mittel- und langfristiger Bedarf), sowie den städtebaulichen Aspekten von Städtebaulicher Einheit und Integration statt.

### 2.1.1 Funktionale Definition

Das Hauptgeschäftszentrum (A-Zentrum) soll alle zentralen Einrichtungen anbieten, die auch für die Versorgung der Region von Bedeutung sind. Neben dem Einzelhandel in jeglicher Ausprägung, Form und Betriebsgröße, sind es vor allem Einrichtungen des berufsbildenden Schulwesens, der öffentlichen Verwaltung, der Kultur und Freizeit sowie hochrangige private Dienstleistungen, die ein solches Zentrum bestimmen. Für den Einzelhandel bedeutet dies, dass alle Formen des Handels sowie alle Sortimente grundsätzlich zugelassen sind.

Die Stadtteilzentren (B-Zentren) bieten in der Regel großflächige Einzelhandelsbetriebe für die Versorgung mit mittel- und langfristigen Sortimentsgruppen sowie höherwertige Dienstleistungsangebote, eine gute Ausstattung mit Fach- und Allgemeinärzten sowie den Anschluss an kulturelle und wissenschaftliche Einrichtungen. Auf den Einzelhandel bezogen sind die B-Zentren so ausgestattet, dass auch eine überörtliche Versorgung der Bevölkerung mit allen Bedarfsgütern des täglichen, periodischen und aperiodischen Bedarfs möglich ist.

Die Stadtteilversorgungszentren (C-Zentren) umfassen meist Dienstleistungsbetriebe der unteren Stufe (Postagentur, Bankfiliale, etc.) und finden sich in der Regel in unmittelbarer Nähe zu Wohngebieten. Ein adäquates Angebot an Gastronomie und Freizeiteinrichtungen runden das Bild ab. Die C-Zentren dienen in erster Linie der Einzelhandelsversorgung des Stadtteils. Neben den Gütern des täglichen Bedarfs sind auch Angebote im periodischen Bedarf vorzuhalten.

**Die Nahversorgungszentren (D-Zentren) bilden die unterste Stufe der Hierarchie und dienen der wohnstandortnahen (fußläufigen) Versorgung der Quartiersbevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs.**

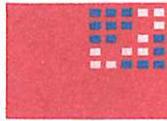
Die dezentralen Fachmarktstandorte wurden separat betrachtet. Um diesen Typ auszuweisen muss der Standort mindestens zwei Fachmärkte in enger räumlicher Nähe sowie mindestens zwei unterschiedliche Betriebsformen aufweisen. Grundsätzlich sind diese Standorte autokundenorientiert und nicht in das Siedlungsgefüge integriert.

### 2.1.2 Städtebauliche Definition

Für die Abgrenzung des Zentrenkonzepts Neubrandenburg ist eine relativ scharfe Abgrenzung der Zentren vorgenommen worden. Trotzdem bleibt gegenüber einer parzellenscharfen Abgrenzung immer noch ein Spielraum für Einzelfallbetrachtungen im Grenzbereich. Dies ist notwendig, wenn es sich um Ansiedlungen zur unmittelbaren Stärkung des Zentrums handelt.

Unter Zusammenarbeit mit den verantwortlichen Stellen in der Neubrandenburger Stadtverwaltung, wurde die Zentrenabgrenzung unter folgenden Gesichtspunkten intensiv diskutiert und abgestimmt:

- Städtebaulicher Zusammenhang
- Zusammenhängender Geschäftsbesatz
- Natürliche und gebaute Zäsuren
- Öffentliche Nutzungen
- Infrastrukturelle Einrichtungen
- Potenziale
- Vorgaben durch bestehendes Planungsrecht



- Agglomeration verschiedener Anbieter (Einzelhandel, Dienstleistung, etc.)
- Fußläufige Anbindung der Betriebe an die Wohnstrukturen

Bei der Abgrenzung der Einzugsbereiche der Zentren basiert auf den Untersuchungen zum Zentrenkonzept 2009. Es ist zu beachten, dass aufgrund der insgesamt hohen Verdichtung im Stadtgebiet von Neubrandenburg und der ebenfalls hohen Mobilität der Bevölkerung von erheblichen Überschneidungen in den Einzugsbereichen der Zentren unterschiedlicher Hierarchiestufe ausgegangen wird. Selbst bei den Einzugsbereichen der Zentren gleicher Hierarchiestufe sind Überschneidungen sind nicht auszuschließen.

Bei dem untersuchten Standort handelt es sich um ein städtebaulich und gutachterlich abgegrenztes Zentrum. Der Standort als Nahversorgungsstandort zu werten. Bis dato ist folgender Einzelhandelsbestand ansässig: ein Lebensmitteldiscounter 799qm Verkaufsfläche, ein T€di-Fachmarkt, Bäcker/Backshop, Metzger/Imbiss und ein Blumenladen sowie eine Apotheke. Insgesamt ist das Zentrum als funktions- und zukunftsfähig zu bewerten. Bereits bei den Untersuchungen zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept musste festgestellt werden, dass der bestehende Lebensmitteldiscounter eine eher (unter-)durchschnittliche Verkaufsfläche aufweist. Trotzdem ist eine gute Frequenz (bedingt durch die Angebote beim Backshop und dem Metzgereiimbiss) vor allem durch Arbeiter und Angestellte der umliegenden Betriebe sowie durch die umliegende Wohnbevölkerung festzustellen. Daher übernimmt der, regelmäßig Nahversorgungsfunktion für das umliegende Stadtviertel. Auch die Wohngebiet werden über den Standort mit versorgt.

## 2.2 D-Zentrum Burgholzstraße

Zentrenausprägung in Neubrandenburg:

### Nahversorgungszentrum - D-Zentrum

Städtebaulich integrierte, untergeordnete Geschäftslage eines Wohnsiedlungsbereiches

*Standort:* sehr gute Erreichbarkeit (vor allem zu Fuß und mit dem Fahrrad); Lage innerhalb geschlossener Wohnsiedlungslagen

*Sortiment und Angebotsniveau:* unvollständiges Einzelhandelsangebot; Schwerpunkt im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel sowie beim kurzfristigen Bedarf

*Anbieter:* hoher Anteil der Vertriebsformen Supermarkt und Discounter

*Versorgungsbereich:* Wohnquartiere

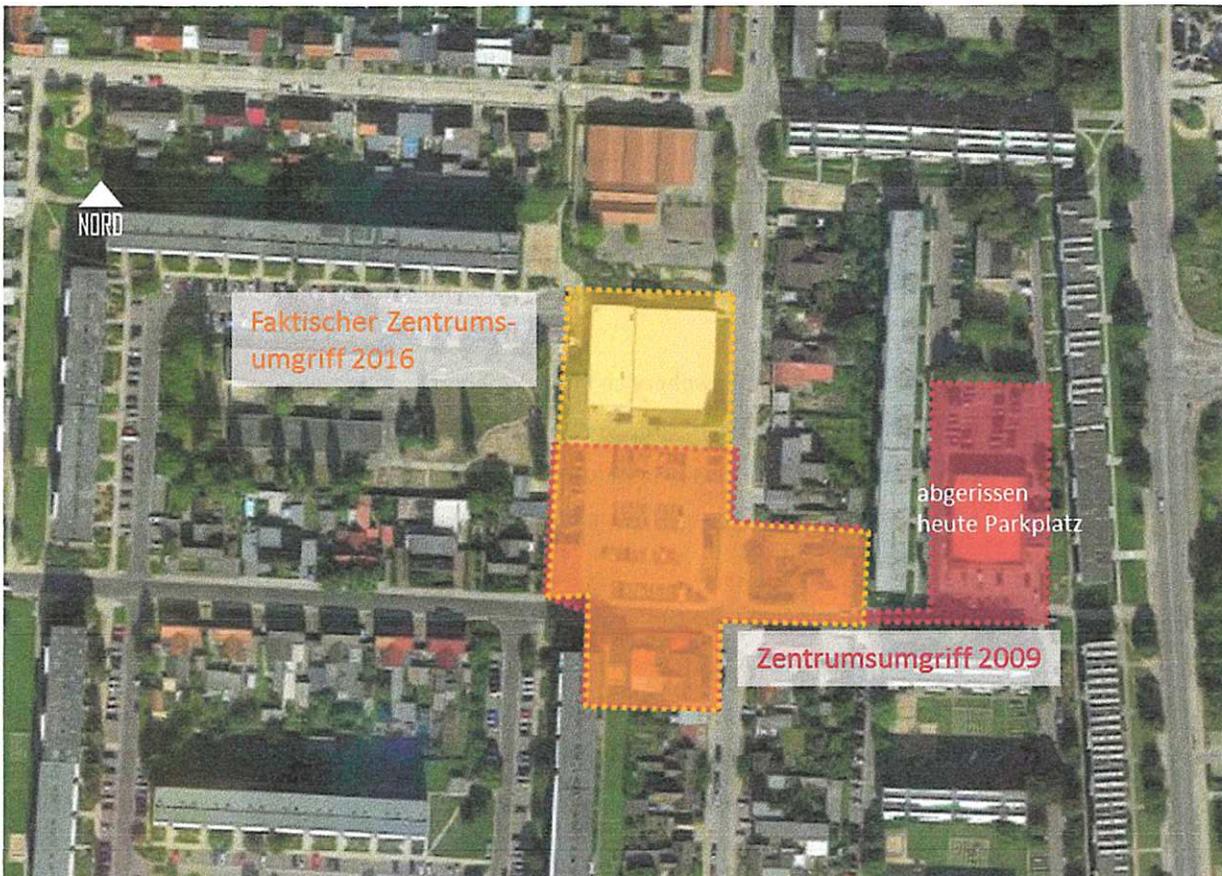
*Sonstige Kriterien:* ergänzende Angebote durch Dienstleister (u. a. Bankfilialen, Friseur, Postfiliale, etc.)

Quelle: Markt und Standort, Kommunales Einzelhandelskonzept für die Stadt Neubrandenburg unter besonderer Berücksichtigung der wohnungsnahen Versorgung in den Stadtteilen, April 2009

Für das D-Zentrum Burgholzstraße wurde ein räumlicher Umgriff festgelegt, der sich weitgehend auf den derzeitigen Flächenbestand sowie städtebaulich sinnvoller Arrondierungsflächen beschränkt. Innerhalb und in unmittelbarer Nachbarschaft zu diesem Bereich sollten künftige Entwicklungen stattfinden.



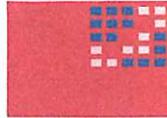
Abbildung 1 Räumlicher Umgriff des D-Zentrums Burgholzstraße



Quelle: Markt und Standort, Kommunales Einzelhandelskonzept für die Stadt Neubrandenburg unter besonderer Berücksichtigung der wohnungsnahen Versorgung in den Stadtteilen, April 2009 (VERÄNDERT 2016)

Die Abbildung zeigt den (faktischen) Umgriff des Einzugsbereiches des D-Zentrums Burgholzstraße. Aus diesem Gebiet werden die größten Anteile des Umsatzes generiert. Zum Einzugsbereich gehören folgende Stadtviertel:

- Ihlenfelder Vorstadt (als eigenes Kerngebiet)
- Warliner Straße (aufgrund der Markt- und Umsatzanteile und der räumlichen Nähe)
- Industriegelände (aufgrund der Markt- und Umsatzanteile und der räumlichen Nähe)
- Monckeshof (aufgrund der Markt- und Umsatzanteile)



### 3 Grundlagen (Auswirkungsanalyse Discounterweiterung)

Das Ziel des Markt und Standort Simulationsmodell besteht darin, in der Variante 0 zunächst die Realität so gut wie möglich abzubilden. Um die Komplexität des Modells in Grenzen zu halten, ist die Zahl der Modellparameter beschränkt. Somit kann die Realität auch nur begrenzt abgebildet werden. Folgende Parameter werden im Modell verwendet:

#### Verwendete Modellparameter

Das Ziel des Markt und Standort Simulationsmodells besteht darin, in der Variante 0 zunächst die Realität so gut wie möglich abzubilden. Um die Komplexität des Modells in Grenzen zu halten, ist die Zahl der Modellparameter beschränkt. Somit kann die Realität auch nur begrenzt abgebildet werden. Folgende Parameter werden im Modell verwendet:

Nachfrage: projektrelevante Kaufkraft der Einwohner an ihrem Wohnort

Differenzierung nach Bedarfsgruppen

Berücksichtigung des Einkommensniveaus

Räumliche Differenzierung (Marktzellen) abhängig von der Fragestellung

Angebot: Einzelhandelsstandort mit Verkaufsflächen und Umsätzen

Differenzierung nach Absatz-(Betriebs-)formen

Differenzierung nach Sortimentsgruppen

Differenzierung nach Standortqualität und Erreichbarkeit (nach Checkliste)

Differenzierung nach Angebotsattraktivität (nach Checkliste)

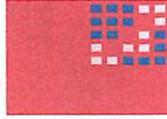
Distanzen: Distanzmatrix zwischen allen Wohnorten und Einzelhandelsstandorten im Untersuchungsgebiet

Im Rahmen der differenzierten, sortimentspezifischen Weiterberechnung werden die Annahmen zu den Modellparametern differenziert. Die Gewichtung der Distanzen wird beispielsweise nach Bedarfsstufen verändert. Auch verändert sich die Distanzensensitivität in Abhängigkeit von der Wettbewerbsdichte und von Raumstruktur (z.B. Verdichtungsräume, Ländlicher Raum). Spezifische Wettbewerberinformationen, wie z.B. regional unterschiedliche Akzeptanz bestimmter Anbieter („Heimvorteil“ wie z.B. Globus im Saar-land, Hornbach in Pfalz, Max Bahr in Hamburg, Möbel Höffner in Berlin, etc) werden berücksichtigt. Von Fall zu Fall und in Abhängigkeit von der Projekt- und Wettbewerbsstruktur können weitere Parameter berücksichtigt werden.

Aktuell geplante Projekte in der Region können in das Modell einbezogen werden und deren zu erwartende Auswirkungen integriert werden.

#### Simulationsrechnungen

Im Rahmen der 1-Variante wird das geplante Projekt hinzugefügt und die unveränderte Kaufkraftsumme unter den neuen Rahmenbedingungen wiederum verteilt. Dies führt zu veränderten Umsätzen bei allen Anbietern im Untersuchungsraum. Das Ausmaß der jeweiligen Umsatzveränderungen bei den ansässigen Anbietern ist von der regionalspezifischen- und Standortattraktivität, Größe sowie Verbraucherakzeptanz einerseits und dem entsprechend gewichteten Distanzunterschied zwischen Verbraucherwohnort und Projekt bzw. Verbraucherwohnort und bisher aufgesuchte Anbieter andererseits abhängig. In der Regel sind dabei kleinere, vom Projekt weiter entfernte Anbieter weniger betroffen als nahe gelegene, größere Anbieter. Die Zentren werden in ihrer Gesamtheit als ein attraktiver Anbieter gewertet.



### **Grundlegende Annahmen für die Kalibrierung im vorliegenden Fall**

Ein maßgeblicher Arbeitsschritt zur Simulationsberechnung und Kalibrierung des Modells ist die vorherige Definition von Modellannahmen, die das Modellumfeld im vorliegenden Fall definieren und den 0-Fall des Modells bestimmen. Das Ziel der Kalibrierung ist die Einstellung aller Modellparameter zur Darstellung der getroffenen Annahmen im Modell, also zur modellhaften Abbildung der Realität im Untersuchungsbereich.

### **Annahmen zum Einzugsbereich**

Die Sortimente der einzelnen Zentren wurden durch eine sortiments- und flächenscharfe Erhebung festgestellt. Mittels der durchgeführten Einzelhandelsbefragung konnten Rückschlüsse auf das Kundenherkunftsgebiet und die erzielten Umsätze gezogen werden. Innerhalb der Zentren zeigen sich leichte bis starke Agglomerationseffekte zwischen den Betrieben, so dass hier je nach Zentrengröße von einem kleineren bis größeren Einzugsbereich auszugehen ist.

Bei reinen wohnungsnahen Nahversorgungsstandorten ist die Ausdehnung des Einzugsbereiches durch in das Stadtgebiet als begrenzt anzusetzen.

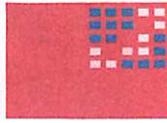
### **Annahmen zu den Wettbewerbswirkungen**

Die Wettbewerbswirkungen des Projektes werden bestimmt durch das Ausmaß der Sortimentsüberschneidungen einerseits und durch die Betriebsform andererseits. Es wird davon ausgegangen, dass Betriebe gleicher oder ähnlicher Betriebsform stark miteinander konkurrieren. Das heißt, dass kleine meist handwerksbezogene Betriebe (Metzger, Bäcker, Apotheken) erheblich weniger stark betroffen sind, als Wettbewerber mit gleichem oder ähnlichem Sortiment.

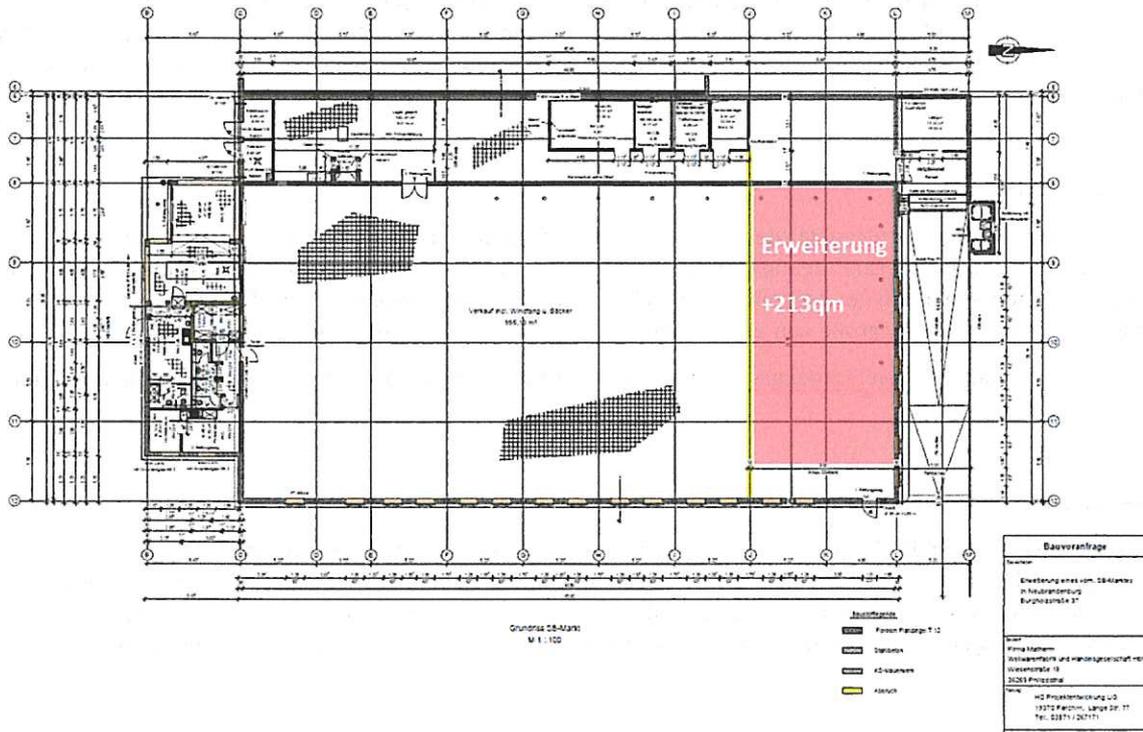
### **Annahmen zur Distanzsensibilität**

Der Aufwand für die Distanzüberwindung wird zum einen je nach Versorgungsstufe unterschiedlich wahrgenommen. Für die Nahversorgung sind größerer Distanzen mit höherem Gewicht zu belegen, als für den aperiodischen Bedarf.

Zum anderen wird für die untersuchte Region eine Kalibrierung der Distanzsensitivität vorgenommen. Im vorliegenden Fall ist von einer insgesamt höheren Distanzsensitivität der Verbraucher auszugehen, da am Rand des Verdichtungsraumes die Wettbewerbsdichte hoch ist und deshalb die Überwindung größerer Distanzen nur bei sehr starken „Magnetwirkungen“ bestimmter Anbieter erfolgt.



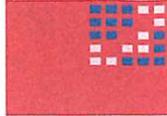
Folgende Erweiterungen am bestehenden Standort Burgholzstraße sind geplant:



### Verkaufsflächen

Typ	aktuelle Verkaufsfläche	geplante Verkaufsfläche
Lebensmitteldiscounter	781qm	995qm

Der Standort ist aktuell aus markttechnischer Sicht als zu klein zu werten. Alle Lebensmittelanbieter im Umfeld haben auf die veränderte Verbrauchernachfrage reagiert und auf zukunftsfähige Verkaufsflächen abgestellt.



### 3.1 Standortbewertung

Die Standortqualität des Objektes ist als weniger günstig zu bewerten, da es sich um einen in der zweiten Reihe gelegenen Standort handelt. Aus Betreibersicht ist ein Standort unmittelbar angrenzend an die Burgholzstraße und die Stavener Straße mit Zufahrt zur B96 sowie in fußläufiger Beziehung zu den umliegenden Wohneinheiten aber grundsätzlich als gut zu beurteilen.

### 3.2 Umsatzerwartung

Eine städtebauliche Beurteilung kann niemals betrieberorientiert erfolgen, da letztlich die Beurteilung des Baurechtes auf die Sortimente und Absatzform, jedoch nicht auf einzelne Betreiber zu erfolgen hat. Somit wird hier eine Worst-Case-Rechnung durchgeführt, die bei der Beurteilung eventueller städtebaulicher Auswirkungen ihre Berechtigung hat.

#### Umsätze Bestand

	Verkaufsfläche in qm	Raumleistung in €/qm	Umsatz in Mio. €
LM-Discounter	721	5.300	3,8

#### Umsätze Planung

	Verkaufsfläche in qm	Raumleistung in €/qm	Umsatz in Mio. €
LM-Discounter	995	5.300	5,2

Betrachtungswürdige Umsatzänderung	1,4 Mio. €
------------------------------------	------------

Da der Lebensmitteldiscounter in seiner Form schon über Jahre hinweg besteht, sind die Umsatzumverteilungen bereits erfolgt. Eine Berechnung wie bei einem Neubau/ Erstablierung eines Objektes ist nicht sachgemäß. Der zu bewertende Anteil der Umsatzumverteilung hat daher lediglich den Umsatzanteil der neu hinzukommenden Fläche. (Anm.: erfahrungsgemäß wird auch dieser Umsatzanteil nicht voll eintreten, da die Verkaufsflächenanpassung im überwiegenden Maße dem Kunden als Lauf- und Wegefläche zu Gute kommen wird)



### **3.3 Umsatzumlenkungen und städtebauliche Auswirkungen**

Grundlage für die perspektivische Berechnung der zu erwartenden Auswirkungen des zu prüfenden Projektes sind die bestehenden Kaufkraftströme in der Stadt. Auf deren Basis werden die Wirkungen des Projektes ermittelt. Die Veränderung der Kaufkraftströme führt dabei zu Umsatzumlenkungen, die für die betroffenen Einzelhandelsstandorte geprüft und gutachterlich bewertet werden.

Das Beeinträchtigungsverbot stellt sicher, dass zum einen die Beeinträchtigung des städtebaulichen Gefüges der Standortgemeinde sowie zum anderen die Funktionsfähigkeit der verschiedenen Zentren vermieden werden.

Eine wesentliche Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungskerns oder der bestehenden Zentren und damit eine Verletzung des Beeinträchtigungsgebots werden regelmäßig vermutet, wenn aufgrund des durch den Betrieb des Einzelhandelsgroßprojekts verursachten Kaufkraftabflusses Geschäftsaufgaben drohen. Dies wird gewöhnlich vermutet, wenn bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust von 10% und bei nicht zentrenrelevanten und nicht nahversorgungsrelevanten Sortimenten von 20% zu erwarten ist.

Nach eingehender Prüfung der zu erwartenden Umsatzumlenkungen in den umliegenden Zentren von Nidda ist von einer Verträglichkeit des gesamten Projektes für die Region auszugehen.

## **4 Beurteilung des Erweiterungsobjektes in der Burgholzstraße**

Auf der Basis der genannten Grundlagen kann nun eine gutachterliche Bewertung des Ansiedlungsobjektes vorgenommen werden.

### **4.1 Standort**

Der Standort des Erweiterungsobjektes liegt innerhalb der ausgewiesenen Zentren. Es ist in einem städtebaulichen und funktionalen Bezug zu bestehenden Zentren (D-Zentrum Burgholzstraße) vorhanden. Eine Zuordnung zu fußläufig erreichbaren Wohngebieten ist gegeben. Östlich des Standortes befinden sich fast ausschließlich gewerbliche Nutzungen. Wohnnutzung ist westlich konzentriert, hier vor allem entlang der Ravensburger und Stavener Straße. Zudem ist zu berücksichtigen, dass es sich bei dem Objekt um einen bereits bestehenden Betrieb handelt. Trotzdem wäre auch eine Neuansiedlung gemäß dem Zentrenkonzept wäre möglich! Zudem sollte die Standortbeurteilung auch unter den Gesichtspunkten des Bestandsschutzes als kommunale Wirtschaftsförderung erfolgen. Dazu ist es notwendig, bestehenden Betrieben die Möglichkeit einer Erweiterung und damit einem Erhalt der betrieblichen Wirtschaftlichkeit anzubieten (aktiver Bestandsschutz), sofern diese Anpassungen städtebaulich verträglich sind.

### **4.2 Sortimente**

Bei der Planung neuer großflächiger Einzelhandelsbetriebe sowie der Erweiterung bestehender Betriebe ist besonderes Augenmerk auf die innenstadtrelevanten Randsortimente zu legen. Da es sich bei dem geplanten Objekt jedoch um einen Discounter ohne statische Randsortimente handelt, sind in den Randsortimenten keinerlei rechenbare Auswirkungen auf die Innenstadt oder auf die umliegenden Zentren und die untersuchten Großflächen zu erkennen. Durch die wechselnden Sortimentsgruppen (je nach Aktionsverkauf) in den Non-Food-Angeboten ist eine durchgehende Konkurrenzwirkung auf bestimmte Sortimentsgruppen nicht vorhanden. Da es sich im Falle eines Lebensmitteldiscounters um keine statischen Sortimente (wie etwa bei einem SB-Warenhaus oder einem Baumarkt) handelt, sondern um Angebote, die seasons- und strategieabhängig sind, können keine Auswirkungen auf andere Standorte ausgemacht werden bzw. sind diese als gering zu betrachten, dass sie nicht ins Gewicht fallen. Eine maßgebliche Konkurrenz zum Facheinzelhandel ist ebenfalls nicht gegeben, da in Discountern keinerlei Fachberatung zu bestimmten Produkten und Sortimenten angeboten wird, d.h. der Einkauf durch den Kunden in völliger Selbstbedienung stattfindet. Die Auswirkungen liegen noch unter den berechneten Umsatzumlenkungen im Foodbereich von 8,3% und sind deshalb aufgrund ihrer geringen Größenordnung als verträgliche Konkurrenzwirkung einzustufen, nicht als städtebauliche Strukturgefährdung. Eine Gefährdung durch innenstadtrelevante Sortimente auf die Strukturen Innenstadt ist nicht festzustellen.



### 4.3 Umsatzzumlenkungen

Die zu erwartenden Umsatzzumlenkungen durch die geplante Erweiterung liegen deutlich unterhalb der Zehn-Prozentmarke (sog. Abwägungsschwellenwert). Vor dem Hintergrund der leicht positiven Entwicklung im D-Zentrum Burgholzstraße (Erneuerung des Netto, Ansiedlung eines T€di-Fachmarktes, etc.) ist dies auch ein verständlicher Bezug. Das Projekt wird nach unseren Berechnungen einen zusätzlichen Umsatz von 1,4 Mio Euro mit Lebensmitteln erzielen. Der Umsatz des Projektes setzt sich insbesondere aus Verlagerungen innerhalb des Einzugsgebietes zusammen und erst in zweiter Linie aus zusätzlicher Kaufkraftbindung, d.h. Umverlagerungen von Anbietern außerhalb des Einzugsbereiches. Der Nonfood-Bereich kann bei dem starken Besatz im Einzugsbereich vernachlässigt werden. Insbesondere die umliegenden Nahversorger können Umsatz verlieren. Die Verlustquoten liegen allerdings ausnahmslos deutlich unter 10% Die Analyse nach Nahversorgungsstandorten zeigt, dass die umliegenden kleinen Nahversorgungsstandorte (insbesondere diejenigen mit einem Discounter als Magnetbetrieb) Umsatz verlieren können. Die Verlustquoten sind jedoch lange nicht auf dem Niveau, dass mit Betriebsschließungen zu rechnen sein könnte.

**Insgesamt ist durch die Erweiterung von einer leichten Wettbewerbsverschärfung auszugehen, die keine städtebaulich schädlichen Auswirkungen nach sich ziehen wird.**

**Die zu erwartenden Umsatzzumlenkungen sind so gering und verteilen sich auf eine Vielzahl an Standorten, dass Störungen der Angebotsstruktur (durch eventuelle Schließung der Magnetbetriebe) auszuschließen sind.**

### 4.4 Agglomeration und Großflächigkeit

In der Summe aller Betriebe am Standort betrachtet wird durch die Erweiterung des bestehenden Lebensmitteldiscounters der Schwellenwert zur Bewertung der Großflächigkeit eines Betriebes überschritten.

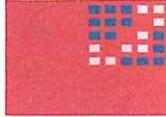
Auch entfaltet sich so eine stärkere Agglomerationswirkung. Diese ist aber, gerade für die D-Zentren und der damit verbundenen Bestandssicherung auch innerhalb des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes gewünscht.

Die Erweiterung über den Schwellenwert von 800qm Verkaufsfläche deutet auf mögliche städtebaulich schädliche Auswirkungen hin. Dies ist in der Gesetzgebung wie auch der aktuellen Rechtsprechung regelmäßig abzulesen. Daher werden an dieser Stelle die Umsatzzumlenkungen detailliert betrachtet und hinsichtlich der Umsatzzumlenkungen und dem in diesem Zusammenhang regelmäßig auftauchenden Abwägungsschwellenwert von 10% bewertet.

#### Umsatzzumlenkungen Nahrungs- und Genussmittel

Gebiet	Umsatz Status Quo in Mio. Euro	Umsatzverlust in Mio. Euro	Umsatzzumlenkungs- quote in %
D-Zentrum Burgholzstraße	4,5	---	---
<b>Zone 1</b>	<b>4,5</b>	<b>---</b>	<b>---</b>
C-Zentrum Katharinenviertel	3,8	.*	0,4
B-Zentrum Lindetalcenter	36,9	0,8	2,2
weitere nicht-integrierte Betriebe	4,8	0,4	8,3
<b>Zone 2</b>	<b>44,5</b>	<b>1,2</b>	<b>2,7</b>
<b>Summe Einzugsgebiet (Zone 1+ 2)</b>		<b>1,2</b>	
Kaufkraftrückflüsse und diffuse Zuflüsse		0,2	
		<b>1,4</b>	

Werte auf erste Nachkommastelle gerundet; -\* Werte unter 100Teuro werden nicht dargestellt



#### 4.5 Städtebauliche Auswirkungen

Die geplante Verkaufsflächenerweiterung passt sich in die bestehenden Versorgungsstrukturen im Umfeld ein.

Die zu erwartenden Umsatzumlenkungen sind gering, so dass nicht von einer strukturellen Schädigung der umliegenden Zentren oder bestehender Nahversorgungsstandorte auszugehen ist.

Obwohl das Ansiedlungsobjekt in der Summe aller Betriebe als großflächig einzustufen ist, sind keine städtebauliche Auswirkungen bis hin zur Schließung von Magnetbetrieben in den umliegenden Zentren zu erwarten. Hierbei ist ferner festzuhalten, dass die bestehenden Betriebe (Discounter, Bäcker, Metzger, selbst Blumen) sich gegenseitig Konkurrenz machen.

Der geplante Standort ist mit dem Zentrenkonzept der Stadt Neubrandenburg und den dort getroffenen Festsetzungen vor allem hinsichtlich der Sicherung der wohnungsnahen Versorgung OHNE Einschränkungen in Einklang zu bringen. Hauptgründe sind das langjährige Bestehen des Betriebes an diesem Standort und die geringfügige Veränderung innerhalb des Standortgefüges sowie die sehr geringen Umsatzumlenkungen.

Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH  
Hugenottenplatz 1  
91054 Erlangen

26. Oktober 2016  
Markus Epple  
Geschäftsführer



## ANHANG

Das Potenzial für den Einzelhandel im Einzugsbereich ergibt sich zum einen aus der Bevölkerungskonzentration und -verteilung und zum anderen aus den Pro-Kopf-Ausgaben, die Grundlage für die Berechnung der Einzelhandelsausgaben sind. Folgende bundesdurchschnittliche Pro-Kopf-Ausgaben werden für diese Studie zugrunde gelegt.

### Mittlere Ausgaben im Einzelhandel in Euro pro Kopf (Bundesdurchschnitt)

Nahrungs- und Genussmittel	Gesundheits- und Körperpflegeartikel	Textilien, Bekleidung, Lederwaren	Schuhe	Uhren, Schmuck, Optik	Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik
1.807	668	624	114	93	106
Elektroartikel	Bücher / Schreibwaren / Zeitschriften	Möbel und Einrichtungsbedarf	Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf	Hobby- und Freizeitartikel	Gesamt
430	186	637	642	242	5.550

Aus der Verrechnung mit dem Einkommensniveau<sup>2</sup> und der Bevölkerungszahl ergibt sich das im Einzugsbereich verfügbare einzelhandelsrelevante Potenzial, das den Einwohnern jährlich für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht.

Zusätzlich zu den verfügbaren Potentialen, die den Einwohnern zugeordnet werden können, kommen weitere Potentiale. Diese sind in erster Linie abhängig von Touristen, nehmen aber keinen Einfluss auf das Potenzialmodell.

Bei rund 4.500 Einwohnern im Einzugsgebiet ergibt sich ein Kaufkraftpotenzial von rund 7,1 Mio. Euro.

<sup>2</sup> Hier wird als Gewichtungsfaktor für die regionalen Einkommensunterschiede die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer verwendet.

